

Representando la revolución: la propaganda política del Gobierno de Juan Velasco Alvarado en Perú (1968-1975)*

ANNA CANT

El Gobierno militar liderado por el general Juan Velasco Alvarado tomó el poder a través de un golpe de Estado el 3 de octubre de 1968. A diferencia de otros gobiernos militares en América Latina que defendían los privilegios de las élites, el autodenominado Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas proclamó su intención de derrocar a la oligarquía y llevar a cabo grandes cambios sociales en beneficio de los sectores populares. En su época, el Gobierno de Velasco llamó la atención de los politólogos por su carácter inusual. Estos expertos se preguntaban si se podía clasificar el régimen como un sistema *corporativista*, si los militares privilegiaban los intereses de una clase social en particular y si el modelo burocrático establecido por el Gobierno ofrecía lecciones para el desarrollo en el llamado *tercer mundo*.¹ Sin embargo, se prestaba poca atención a las dinámicas internas del proyecto de movilización social del Gobierno y su recepción entre diferentes sectores de la población.

* La investigación que se presenta en este capítulo formó parte de mi tesis doctoral en historia, de la Universidad de Cambridge (2015). Fue financiada por una beca de doctorado del Arts and Humanities Research Council del Reino Unido.

¹ Véase: Peter S. Cleaves y Martín J. Scurrah, *Agriculture, Bureaucracy, and Military Government in Peru* (Ithaca: Cornell University Press, 1980); Alfred C. Stepan, *The State and Society: Peru in Comparative Perspective* (Princeton: Princeton University Press, 1978); David Chaplin, ed., *Peruvian Nationalism: A Corporatist Revolution* (New Brunswick: Transaction Books, 1976). Durante la época, se utilizó el término *corporativismo* para describir un sistema político en que el Estado canaliza el poder a través de grupos económicos o sociales, por ejemplo, las cooperativas. Desde una perspectiva estructuralista, este sistema fue criticado por limitar la participación política y cooptar los movimientos sociales orgánicos. Véase: Julio Cotler, *Clases, Estado y nación en el Perú* (Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 1978).

A pesar de ser una “revolución por decreto” —las grandes reformas se llevaron a cabo por medio de decretos y leyes—,² en términos prácticos, el éxito de las reformas dependía del trabajo de los funcionarios del Estado en el ámbito local y su capacidad de mantener el apoyo popular.³ Así mismo, el Gobierno utilizaba la comunicación de masas de una manera innovadora y extensa para generar el respaldo popular, por lo que acudieron a periodistas, artistas e intelectuales para promover sus reformas. Al respecto, se pueden hacer comparaciones con los usos de las imágenes que se implementaron durante la Revolución Cubana, en las campañas de Unidad Popular en Chile o en la iconografía del peronismo en Argentina: a través de las imágenes, el Gobierno de Velasco pretendía difundir un nuevo proyecto nacional. Por medio del análisis visual de la propaganda política, este capítulo muestra cómo el Gobierno militar intentó dirigir su “revolución desde arriba” y explora las tensiones que surgieron en esta. Al tomar como enfoque la reforma agraria (Decreto Ley 17716 de 1969), se analizarán las diferentes funciones que tenían las imágenes dentro de la propaganda oficial y se ofrecerán algunas reflexiones sobre la recepción y la apropiación de estas imágenes por parte de otros actores políticos.

La propaganda política asumió especial importancia en el contexto de la reforma agraria, ya que esta pretendió lograr un cambio masivo en la propiedad de la tierra. Cuando el Gobierno de Velasco tomó el poder, el nivel de la desigualdad en la propiedad de la tierra en el Perú era uno de los más altos en toda la región: según el censo nacional de 1961, el 56 % de la extensión agrícola estaba en manos del 3,9 % de las unidades agropecuarias; mientras que el 96 % de las unidades restantes ocupaban solo el 7,5 % de las tierras de cultivo.⁴ Anteriormente se habían intentado llevar a cabo dos reformas agrarias en el país: primero, durante el Gobierno militar de Lindley Godoy (1963), que abarcaba solo los departamentos de Cusco y Apurímac; luego, bajo el Gobierno de Fernando Belaúnde Terry (1963-1968). A pesar de haber proclamado la necesidad de una verdadera reforma agraria durante su campaña electoral, Belaúnde se encontró incapacitado por la oposición conservadora en el Congreso. La ley de reforma agraria que su Gobierno promulgó en

² Dirk Kruijt, *Revolución por decreto: Perú durante el Gobierno militar*, trad. por R. B. Smith (San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales [Flacso], 1991).

³ Anna Cant, “Promoting the Revolution: Sinamos in Three Different Regions of Peru”, en *The Peculiar Revolution: Rethinking the Peruvian Experiment Under Military Rule*, ed. por Carlos Aguirre y Paulo Drinot (Austin: University of Texas Press, 2017), 213-239.

⁴ José Matos Mar y José Manuel Mejía, *La reforma agraria en el Perú* (Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 1980), 27-28.

1964 sufrió varias limitaciones y dejó sin efecto a los grandes latifundios, que aún dominaban el acceso a la tierra y la estructura de la economía peruana.

De ahí que el Gobierno de Velasco llegara al poder con una clara percepción de cuán difícil iba a ser desarrollar una reforma agraria de verdad. Benjamín Samanez Concha, uno de los encargados de redactar la nueva ley, describió la intención del comité en que trabajaba de la siguiente manera:

Queríamos realizar una Reforma Agraria de tipo estructural, no una reforma convencional como la que propiciaba la Ley 15037 [la reforma agraria del Gobierno de Belaúnde] y como las que estaban en vigencia en otros países. Una ley avanzada que planteara una reforma agraria que pudiera ser masiva, rápida y drástica.⁵

El Decreto Ley 17716, promulgado el 24 de junio de 1969, inició un proceso ambicioso: expropiar las grandes haciendas y redistribuir la tierra a nuevas cooperativas agrarias y comunidades campesinas. A diferencia de procesos de reforma agraria en otras partes del mundo, el Decreto Ley 17716 no funcionó con base en peticiones individuales hacia el Estado, sino que se implementó por zonas agrarias. Una vez que se declaraba una zona de reforma agraria, se requería que todos los hacendados remitieran pruebas de sus derechos de propiedad y del tamaño de esta; posteriormente, los funcionarios empezaban el proceso de expropiación de las tierras, según las prioridades del Estado. Este modo de implementación hizo que la reforma tuviera un carácter intenso, con muchas intervenciones simultáneas en diferentes partes del país. En este contexto, la propaganda oficial sirvió para neutralizar la oposición y alentar la participación popular en el nuevo sistema cooperativo.

La resistencia a la reforma agraria, y al Gobierno en general, provenía de diferentes sectores. Por una parte, los grandes hacendados utilizaron su influencia en los medios de comunicación para desacreditar la ley. En el ámbito local, se valieron de sus contactos personales en los ministerios de Gobierno para evadirla y presionaron a sus trabajadores para no participar en la adjudicación de tierras y el establecimiento de las cooperativas. Por otra parte, la ley fue altamente criticada por los partidos de la izquierda por ser “reformista” en vez de “revolucionaria”; opinaban

⁵ Benjamín Samanez Concha, en discusión con María del Pilar Tello, Lima, 1981. Agradezco a María del Pilar Tello por darme acceso a las transcripciones inéditas de sus entrevistas a varias figuras importantes de la época.

que no se debía ofrecer ningún tipo de compensación a los ex hacendados y veían el sistema cooperativo como un desplazamiento de los sindicatos y las comunidades indígenas vigentes. Cabe decir que, apenas una década después del triunfo de Fidel Castro en Cuba, los activistas de la izquierda veían probable que aconteciera una revolución parecida en el Perú e interpretaron las intervenciones del Gobierno militar como un intento por disminuir el potencial revolucionario de los campesinos. La propaganda oficial tenía varias funciones: generar el interés de los campesinos, quienes desempeñaron un papel central en el funcionamiento de las cooperativas; desmentir los mensajes de los hacendados, quienes buscaron posicionarse como las víctimas de una política insensata, y competir con los izquierdistas, quienes denunciaron a los funcionarios del Gobierno por ser autoritarios e ingenuos.⁶

Antes de entrar en el análisis, es importante clarificar lo que se entiende por el término *propaganda*. A veces, es difícil distinguir entre la propaganda y otros tipos de representación. El planteamiento de este capítulo coincide con la perspectiva del historiador del arte Timothy J. Clark, quien sostiene que:

La propaganda es una representación de los acontecimientos y problemas, simplificados de tal manera que el significado de los eventos, y la solución a los problemas, parecen estar inmediatamente presentes en la representación en sí; y perceptibles en un instante, de manera que no admite argumentos. La representación sirve a los intereses de los que la ordenaron. Se invita a sus lectores y espectadores a tomar partido, o mejor, se supone que solo existe un partido que los lectores y espectadores (a diferencia de los enemigos y los cretinos) pueden tomar. Intenta desconectarse de, o ahogar, los entendimientos contrarios. Pronuncia los hechos —los hechos éticos, los hechos de la lealtad y la simpatía humana— para ellos mismos.⁷

⁶ Anna Cant, "Representations of the Peruvian Agrarian Reform, 1968-75" (tesis de doctorado, Universidad de Cambridge, 2015), 133-180.

⁷ "Propaganda is a representation of events and problems, simplified in such a way that the meaning of the events, and the solution to the problems, seems immediately present in the representation itself; and perceivable in a flash, in a manner that brooks no argument. The representation serves the interests of those who ordered it. It invites its viewers and readers to take sides, or better, it assumes that there is only one side for viewers and readers (as opposed to enemies and cretins) to take. It tries to tune out or drown out contrary understandings. It says the facts—the ethical facts, the facts of allegiance and human sympathy—for themselves". T. J. Clark, *Farewell to an Idea: Episodes from a*

La definición de Clark es útil porque nos lleva más allá de aquella idea que define la propaganda simplemente como *comunicación persuasiva*, una categoría tan amplia que puede perder el valor analítico. Más bien, Clark resalta los mecanismos particulares a través de los cuales la propaganda intenta convencer, así como la relación que establece con el espectador. Esta relación se configura dentro de imágenes específicas, pero también se refuerza de manera repetitiva mediante lo que Clark —de acuerdo con Noam Chomsky— denomina *sistema de propaganda*.⁸ En otras palabras, la repetición sostenida de motivos e ideas forma el contexto en el que se reciben y se interpretan las representaciones específicas. En el caso del Perú, las representaciones del Gobierno a través de diferentes medios de comunicación y esferas sociales funcionaron juntas para posicionar a la reforma agraria como parte de un “proceso revolucionario” más amplio. Así mismo, la definición de Clark señala las diferentes maneras en las que la propaganda puede influenciar el comportamiento político. En efecto, además de instruir al lector o espectador para llevar a cabo una acción específica, la propaganda puede contribuir al desarrollo de una orientación política o una simpatía más general. En el caso de la reforma agraria peruana, tanto la propaganda del Gobierno como la de la oposición alentaron al público a tomar partido; así, las consignas e imágenes desempeñaron un papel importante en la formación de las identidades de grupo.

En cuanto a la metodología, esta investigación se fundamenta en el trabajo de la socióloga Victoria Bonnell y sus esfuerzos por descubrir los “repertorios culturales” del espectador. La expresión *repertorio cultural* hace referencia a “los hábitos de ver e interpretar las imágenes” de una población específica y “el contexto en que se interpretaba el arte político”.⁹ La investigación de Bonnell sobre los afiches políticos de la Unión Soviética revela las conexiones que existen entre estas piezas y las diferentes tradiciones artísticas rusas, con respecto a su contenido y estilo artístico. Por ejemplo, la autora analiza cómo la larga tradición de los iconos religiosos influyó la manera en que los rusos interpretaron los afiches soviéticos; en particular, el hecho de que tradicionalmente se utilizaba el color rojo en los iconos para significar la

History of Modernism (New Haven: Yale University Press, 1999), 292. Todas las traducciones son de mi autoría, a menos que se indique lo contrario.

⁸ *Ibid.* Véase también: Noam Chomsky, *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies* (Boston: South End Press, 1989).

⁹ Victoria E. Bonnell, *Iconography of Power: Soviet Political Posters Under Lenin and Stalin* (Berkeley: University of California Press, 1999), 12-13.

santidad: “Cuando los artistas bolcheviques utilizaban el color rojo para representar los obreros, invocaban a una convención antigua del simbolismo de colores que a la mayoría de los rusos les resultaba familiar”.¹⁰ Para el caso del Perú, este capítulo identifica patrones en las imágenes que se utilizaron para representar la reforma agraria y reflexiona sobre las formas en las que el texto y la imagen se contradecían o funcionaban en conjunto para transmitir un mensaje específico.

Es importante tener en cuenta que, aunque el Gobierno militar dio mucha importancia a la movilización política, en un comienzo no tenía un plan claro sobre cómo conseguirla. El llamado Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social (Sinamos) desempeñó un rol fundamental en la coordinación oficial de las actividades políticas en el país: desde mítines masivos hasta la creación de cooperativas y la capacitación de estas. Sin embargo, esta agencia estatal se creó en 1972, aproximadamente cuatro años después del golpe de Estado. A menudo, el Gobierno se cuestionaba acerca de la mejor manera de generar el apoyo político; por lo tanto, en vez de concebir la propaganda oficial como la articulación de un plan preestablecido, es importante considerar las tensiones que rodeaban las estrategias de comunicación política y la naturaleza volátil de las relaciones entre el Gobierno y sus artistas patrocinados. Por ejemplo, en 1973, Nora de Izcue produjo una película, bajo los auspicios de Sinamos, llamada *Runan Caycu*, la cual documentó una exitosa lucha por la tierra llevada a cabo por un grupo de campesinos antes de la reforma agraria de 1969. Hoy en día esta película es ampliamente aclamada por sus innovadoras técnicas documentales; no obstante, debido a la censura oficial, no se aprobó hasta 1976, a pesar de haber sido patrocinada por el Gobierno.¹¹ Así, prestar atención a las diferentes personas e ideas involucradas en la comunicación masiva ayuda a no caer en el error —advertido por Harriet Evans y Stephanie Donald— de interpretar cualquier ejemplo de propaganda estatal como “una expresión uniforme de la retórica política autoritaria”.¹²

¹⁰ *Ibid.*, 13.

¹¹ Ricardo Bedoya, *100 años de cine en el Perú: una historia crítica* (Lima: Universidad de Lima, 1992), 202.

¹² Harriet Evans y Stephanie Donald, eds., *Picturing Power in the People's Republic of China: Posters of the Cultural Revolution* (Oxford: Rowman & Littlefield, 1999), 20.

La participación popular

Antes de que se anunciara la ley de reforma agraria, el Gobierno contrató a Efraín Ruiz Caro, un periodista experimentado, para ayudar en la proyección de su imagen oficial. Además de escribir los discursos del presidente Velasco, Ruiz Caro era el encargado de fundar la Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria (DPDRA), un equipo pequeño de publicistas, artistas y escritores: Jesús Ruiz Durand, Mirko Lauer, José Bracamonte, Emilio Hernández Saavedra, José Adolph, entre otros. Estas personas ya tenían carreras exitosas en sus respectivos campos: Lauer era un poeta conocido y Ruiz Durand había exhibido su obra en el Museum of Modern Art de Nueva York. La DPDRA produjo afiches, panfletos y volantes que se distribuían por todo el país para anunciar las actas de expropiación y adjudicación de tierras.¹³ De igual manera, se utilizaban los panfletos para informar a los campesinos sobre los términos de la nueva ley. Dados los altos índices de analfabetismo en el país (38,9 % de la población mayor de 15 años en las áreas rurales, hacia 1961), se esperaba que estos folletos formaran la base de discusiones entre los letrados y los iletrados.¹⁴ Por ejemplo, un panfleto dirigido a los feudatarios incluyó el siguiente aviso: “No arrojes este folleto, no lo guardes, muéstraselo a tus hermanos feudatarios. Infórmalos de sus deberes y derechos en relación a la nueva Ley de Reforma Agraria”.¹⁵ Así mismo, un folleto titulado “abc de la reforma agraria peruana” se estructuró con una serie de preguntas y respuestas para exponer a los campesinos lo que ofrecía la reforma.¹⁶

Los afiches y panfletos también expresaban la ideología y las expectativas del régimen. De esta manera, un folleto dirigido a la población urbana daba instrucciones sobre la mejor manera de contribuir al proceso de la reforma agraria: “Si Ud. piensa capacitar en el campo RECUERDE que su aporte más valioso será en el aspecto personal y humano. Si está Ud. trabajando para la Reforma Agraria NO OLVIDE que el protagonista de la Reforma Agraria es el campesino” (figura 1). Así mismo,

¹³ Véase: Anna Cant, “‘Land for those Who Work It’: A Visual Analysis of Agrarian Reform Posters in Velasco’s Peru”, *Journal of Latin American Studies*, n.º 44 (2012): 1-37.

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística, ed., *Compendio de estadísticas sociales 1991* (Lima: Instituto Nacional de Estadística, 1992).

¹⁵ “A los yanaconas, aparceros, arrendires...” (Lima: Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria, 1969), 10, en Senate House Library, Contemporary Archive on Latin America (SHLCALA), Londres, Reino Unido, K320 Pam Box 3.

¹⁶ “abc de la Reforma Agraria Peruana” (Lima: Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria, 1969), en SHLCALA, K320 Pam Box 3.

un anuncio en el periódico dirigido a estudiantes y jóvenes llevaba el lema: “No hay revolución sin juventud. Porque no hay juventud sin revolución”. Por medio de una invitación a los estudiantes para participar en el programa de reformas del Gobierno, el anuncio preguntó: “¿Quién puede darse el lujo de seguir siendo espectador, ser barrido por la historia y quedar al margen de la revolución peruana?”.¹⁷



Figura 1. Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria (DPDRA), 1969, “Al hombre de la ciudad peruana: ¿Cómo ayudar a la reforma agraria?” (pamfeto, DPDRA, Lima).

¹⁷ “La Revolución les pertenece”, *El Comercio*, 8 de octubre de 1969, 19.

Comparar los textos y las imágenes de estos ejemplos de propaganda oficial revela contradicciones y tensiones relevantes en los esfuerzos por expresar el significado político de la reforma agraria. A pesar de que el Gobierno intentó presentar la reforma como un momento de reivindicación del campesinado, las imágenes que aparecían en la propaganda oficial no siempre reflejaban esta narrativa. Por ejemplo, el folleto dirigido a los sectores urbanos (figura 1) ofrece un fuerte contraste visual entre el hombre urbano, que lleva buena ropa y anda muy relajado, y sus homólogos rurales, quienes llevan ropa raída y tienen aire de desesperados. En el mismo momento en que el folleto invoca al campesinado, las imágenes parecen disminuir la fuerza independiente de los campesinos. Dada la larga historia de luchas campesinas en el país y la escala de las sublevaciones que se habían presentado en la sierra entre 1963 y 1964, este tipo de elecciones en la proyección del imaginario oficial son muy significativas.¹⁸ El efecto en conjunto del panfleto es incitar la empatía, más que animar al lector a tomar una acción en particular. El mensaje implícito parece ser que la reforma agraria será coordinada por el Gobierno, pero no por los campesinos o los hacendados urbanos.

El poder omnisciente del Estado también se expresa en una foto que apareció en otro panfleto sobre la reforma agraria, en la que un campesino tiene dos cartillas de la DPDRA en sus manos (figura 2). El sujeto sostiene uno de los panfletos como si fuera una bandera o pancarta y parece mirarlo simplemente, en vez de leerlo. La escena es bastante artificial y celebra la información que se repartía desde arriba: no captura el compromiso del campesino con la reforma. Esta imagen apareció en un folleto titulado “Del latifundio a la cooperativa”, el cual se publicó para coincidir con el primer aniversario de la “revolución” (el golpe de Estado del 3 de octubre de 1968). Así, forma parte de los esfuerzos del Gobierno para conmemorar sus propias acciones; de igual forma, es una expresión simbólica de la posición del campesino dentro de la “nueva política” y está dirigida a los funcionarios y observadores externos del proceso de la reforma agraria, más que a sus beneficiarios. Aun así, sugiere una forma de empoderamiento muy indirecta: la reforma agraria se presentó como una revolución en nombre del campesinado, en lugar de una revolución que involucrara a los campesinos. Hasta cierto punto, las imágenes ofrecieron al Gobierno la posibilidad de insertar a los campesinos en la revolución en un ámbito simbólico, sin la necesidad de abrir el proceso político por completo a un movimiento desde abajo.

¹⁸ Sobre estos levantamientos, véase: Hugo Neira, *Cuzco: tierra y muerte* (Lima: Herética, 2008).



Figura 2. Dirección de Promoción y Difusión de la Reforma Agraria (DPDRA), 1970, “Del latifundio a la cooperativa” (fotografía, DPDRA, Lima).

Esta estrategia, quizás algo cínica, no fue compartida por todas las personas que participaron en la difusión y aplicación de las reformas. De hecho, hubo tensiones importantes entre los militares y los civiles que trabajaban en Sinamos, la agencia encargada de promover la participación popular. Con frecuencia, la perspectiva de los militares sobre la organización política chocaba con las tendencias del activismo de los civiles. Carlos Franco, una figura clave dentro del liderazgo de Sinamos, unos años después, en una entrevista con la periodista María del Pilar Tello, comentó:

Aunque la posición de los militares variaba de uno a otro, había gente que no ocultaba sus dudas respecto a la naturaleza leal o infiltrada de nuestra colaboración. Para otros nuestro estilo no les daba seguridad en la medida que insistíamos en que promover la organización popular implicaba plazos largos, logros por persuasión, respeto por las diferencias y los conflictos que se podían tener entre miembros del equipo revolucionario e intereses parciales o sectoriales.¹⁹

¹⁹ Carlos Franco, en discusión con María del Pilar Tello, Lima, 1981.

Muchos de los militares abogaron por una forma de organización jerárquica y temieron que un estilo o estructura más flexible abriera la puerta a la infiltración política. Es importante resaltar que no todas las imágenes oficiales vinieron desde el Gobierno central. Sinamos se convirtió en un espacio en el que muchos artistas y escritores podían desarrollar su arte; en efecto, allí tenían bastante autonomía para experimentar con diferentes métodos de “comunicación popular”.²⁰ La organización se estructuraba por regiones; dentro de cada región de Sinamos había varias oficinas zonales, responsables de las actividades de los promotores locales en una o más provincias. Los promotores locales tenían bastante libertad y recursos para implementar sus propios programas de capacitación y propaganda; se preocupaban por reflejar las condiciones y culturas locales para tener un mayor impacto. Por ejemplo, en un afiche que produjo la oficina zonal en Azángaro, Puno, en el altiplano sur, aparece un hombre que usa la *chaquitacla*, una herramienta de origen preincaica, la cual aún hoy en día se utiliza en algunas partes de los Andes (figura 3). La *chaquitacla* es un mecanismo de arado de pie, construido con base en un palo largo que termina en punta y un palo transversal, en el cual el agricultor coloca el pie y presiona para remover la tierra. Históricamente, es una herramienta adecuada para las tierras sobre pendientes de la sierra alta, donde el uso de bueyes o maquinaria avanzada era —y, en unos casos, aún es— logísticamente difícil.²¹ Además de hacer referencia a las tradiciones de la agricultura local, el afiche resalta la fuerza de la población local y sus raíces indígenas: el hombre que usa la *chaquitacla* tiene rasgos indígenas y su cuerpo musculoso tiene las proporciones de un superhéroe. El lema que acompaña esta imagen (“la tierra es de quien la trabaja”) parece afirmar una verdad eterna, pero no una innovación del Gobierno. Aquí hay un contraste importante con el imaginario que se utilizó para promover la reforma agraria en los grandes complejos azucareros del norte del país, en el cual se subrayó la modernidad y los nuevos derechos económicos que vendrían con la reforma agraria. De esta manera, las imágenes que se producían en el ámbito local tenían un papel importante en la formación de la percepción popular sobre la reforma, en diferentes partes del país.

²⁰ Los resultados de este espacio y este interés por la comunicación popular se sentirán en décadas posteriores, cuando artistas gráficos que trabajaron como promotores de Sinamos desarrollan nuevas formas de comunicación visual. Véase en este libro el capítulo de Natalia Mahecha Arango, “Un conflicto entre viñetas: historietas de la violencia política en el Perú (1989-2010)”.

²¹ Daniel W. Gade y Roberto Ríos, “Chaquitacla, the Native Footplough and its Persistence in Central Andean Agriculture”, *Tools and Tillage* 2, n.º 3 (1972): 3-15.



Figura 3. Oficina local de Sinamos en Azángaro (Puno), 1973, “La tierra es de quien la trabaja” (Afiche, Biblioteca Nacional del Perú, Lima, Colecciones Especiales [sin catalogar]).

La legitimidad política

El Gobierno de Velasco dedicó considerables esfuerzos a la consolidación de su lugar en la historia. Por ejemplo, patrocinó la edición de un libro de tres volúmenes titulado *Historia general de los peruanos*.²² El tercer volumen tuvo el grandioso título: *El Perú: primera y segunda independencia 1821 y 1968*, lo que insinuaba que el comienzo del régimen de Velasco marcó un cambio de igual importancia que la independencia en la Colonia. Aunque el libro se publicó en 1973, cuando la implementación de la reforma agraria estaba apenas en medio de su primera fase,

²² Federico Kauffman Doig et al., *Historia general de los peruanos* (Lima: Peisa, 1973).

se dedicaron varias páginas a la “historia” de la reforma y su significado nacional. En anticipación de la resistencia contemporánea y las contrarreformas del futuro, el Gobierno de Velasco intentó definir la reforma agraria como una transformación irreversible de la “historia del pueblo”, en lugar de una política del Gobierno impuesta desde arriba.

Mis investigaciones en los periódicos regionales de la época muestran que los actos de conmemoración de la reforma agraria incorporaron elementos de la historia nacional y local. Por ejemplo, en la ciudad de Piura (norte del país) se celebró el primer aniversario de la reforma con una procesión y varios discursos. Uno de estos discursos hizo referencia a la memoria del precursor del movimiento cooperativista en Piura, Manuel Negri Ulloa, y pidió un minuto de silencio en su memoria. Así mismo, un representante del pueblo de Andando habló de la tragedia que este experimentó en 1954, cuando los hacendados quemaron sus casas y cometieron “abusos inhumanos” a los pobladores.²³ Al vincular la conmemoración de la reforma agraria con la cultura y la historia regionales, el Gobierno intentó incorporarla a una concepción más amplia de la “historia del pueblo”.

Esta estrategia es muy evidente en las imágenes que poblaron la propaganda oficial, sobre todo en el tratamiento de la imagen de Túpac Amaru II. Originalmente llamado José Gabriel Condorcanqui, Túpac Amaru II fue un cacique cusqueño que lideró una sublevación indígena en contra del Virreinato en 1780. Al capturarlo, en 1781, los españoles lo descuartizaron y reprimieron a sus seguidores. Como comenta Nanda Leonardini: “El Gobierno militar revolucionario enarbola esta imagen como un ideal de alguien que, como ellos, también cuestionó el sistema establecido en la búsqueda de reivindicar los derechos ciudadanos y económicos del pueblo oprimido por una élite no interesada”.²⁴ El poder de prócer como un emblema de la revolución se acentuó a través del uso repetitivo de su nombre e imagen en la esfera pública, desde la construcción de nuevos monumentos, plazas y calles hasta los nombres y logotipos de las nuevas cooperativas agrarias; incluso, los supermercados estatales llevaban un símbolo estilizado de Túpac Amaru.

El cacique cusqueño es un héroe popular no solo por sus actos de rebelión, sino también porque encarnó la creencia de que el espíritu de los incas había sobrevivido en la población peruana tras la invasión española. Condorcanqui asumió el

²³ “Desfile tres horas de campesinos en apoyo a Reforma”, *La Industria*, 25 de junio de 1970, 1.

²⁴ Nanda Leonardini, “Identidad, ideología e iconografía republicana en el Perú”, *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* 185, n.º 740 (2009): 1265.

nombre de Túpac Amaru con la intención de asociarse con el linaje inca; también, afirmó ser descendiente directo del último rey inca, Atahualpa. A nivel más literal, según el mito de Inkarrí, Atahualpa, cuyo cuerpo estaba enterrado por partes en diferentes regiones del país, estaba regenerándose bajo tierra y algún día regresaría a la superficie para restaurar la armonía del Imperio inca.²⁵ Así, la representación de la reforma agraria como una continuación de la lucha de Túpac Amaru aludió tanto a la tradición de la rebelión popular auténtica como al mito del espíritu inca. La figura 4 es un ejemplo claro de la manera en que el Gobierno de Velasco construyó estas asociaciones políticas e históricas por medio de las imágenes. Esta pieza es un afiche de Sinamos (reproducido en el libro *Historia general de los peruanos*), en el cual la figura del líder revolucionario se superpone sobre una foto de campesinos vestidos con prendas típicas del sur de la sierra. La composición de la imagen es interesante porque Túpac Amaru aparece detrás del grupo de campesinos, en lugar de tomar una postura de liderazgo en primera fila, lo que sugiere una relación horizontal entre el rebelde y los campesinos. De igual manera, parece insinuar que estos avanzan hacia el futuro acompañados por la herencia de Túpac Amaru. Esta idea de una presencia espiritual se refuerza gracias al lema “está con nosotros”, el cual acompaña la imagen. Por otra parte, el lema también es una muestra de la ubicuidad de la representación de Túpac Amaru: ni siquiera hay necesidad de nombrarlo, pues su presencia es instantáneamente reconocible.

La representación de Túpac Amaru como un “espíritu” que vivía en todos los peruanos ayudó al Gobierno militar a apropiarse del prócer como símbolo de su revolución. Esto se evidencia muy claramente en la publicidad que produjo el Gobierno para Inkarrí, un festival cultural anual que reunía a cientos de artistas y exhibía el folclor, la danza, la música y las tradiciones artísticas de cada región. En el folleto conmemorativo para el Inkarrí de 1973 se combinan las fotos de los participantes con extractos de un texto colonial, el cual prohibió a los “indios” mantener sus prácticas culturales o conservar los artefactos relacionados con su herencia inca (el texto se emitió originalmente como respuesta a la rebelión de Túpac Amaru en 1780). Así, las fotos sirven como expresión de la resistencia popular y la capacidad de la gente para mantener sus tradiciones culturales.

²⁵ Gustavo Buntin, “Pintando el horror: sobre memorias de ira y otros momentos en la obra de Jesús Ruiz Durand”, en *Batallas por la memoria: antagonismos de la promesa peruana*, ed. por. Marita Hamann et al. (Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad del Pacífico, Instituto de Estudios Peruanos, 2003), 318.



Figura 4. Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social (Sinamos), c. 1972, "Está con nosotros" (afiche, tomado de Federico Kauffman Doig et al., *Historia general de los peruanos* [Lima: Peisa, 1973], 316).

Al mismo tiempo, el folleto introduce al Gobierno en estas tradiciones por medio de imágenes en las que los militares aparecen como espectadores o, incluso, como inspiración para las obras de arte. El tríptico de fotos que se presenta en la figura 5 muestra cómo el Gobierno buscó asociarse tanto con las tradiciones andinas (los danzantes) como con la artesanía contemporánea (el artista que moldea una figura de Velasco con arcilla). Así mismo, el texto que acompaña la imagen conecta ambos fenómenos con el desafío de combatir la dominación cultural de los españoles: "por causa del rebelde, mandase que los naturales se deshagan o entreguen a sus corregidores cuantas vestiduras tuvieran, como igualmente las pinturas o retratos de sus incas...". La organización de las imágenes en la página también es

interesante, porque surgiere una relación recíproca entre el Gobierno militar y el arte popular. A través del uso cuidadoso de la retórica visual, el Gobierno logró presentarse como la expresión de un movimiento popular, en lugar de una dictadura impuesta desde arriba.

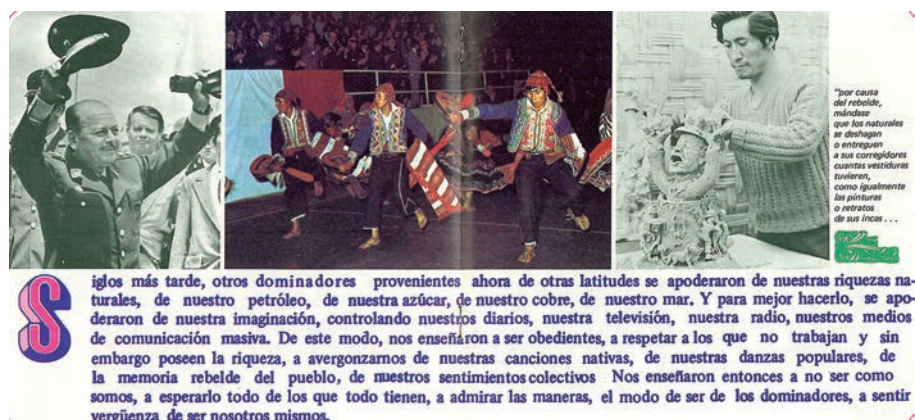


Figura 5. Carlos Sánchez, 1973, "¡Hermanos! Una mañana del mes de noviembre de 1781, y luego de la transitoria derrota de Túpac Amaru, apareció en bandos públicos diseminados a lo largo del Cuzco la siguiente sentencia contra el pueblo..." (folleto conmemorativo del festival cultural *Inkarri*, Sinamos, Lima).

Si bien la imagen de Túpac Amaru desempeñó un papel importante en la legitimación del Gobierno de Velasco, no existía una sola versión de dicha imagen. La primera versión distribuida por el Gobierno militar fue la imagen elaborada por el artista Jesús Ruiz Durand para los carteles que anunciaban la reforma agraria en junio de 1969. El artista creó esta representación con base en la versión que había visto en sus libros de texto del colegio, en la cual apareció con corbata, sombrero y pelo largo. La imagen logró tener una "condición masiva" y se reprodujo en todo tipo de propaganda oficial, así como en las pancartas caseras que aparecían en los mítines públicos.²⁶ Sin embargo, a partir de 1970 varios periódicos cuestionaron si el retrato velasquista de Túpac Amaru era históricamente fiel o no. Algunos comentaristas expresaron dudas de que Túpac Amaru, un cacique del siglo XVIII, hubiera llevado un sombrero como el que apareció en el logotipo oficial. Otros

²⁶ Gustavo Buntinx, "Modernidades cosmopolita y andina en la vanguardia peruana", en *Cultura y política en los años '60*, ed. por Enrique Oteiza (Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, 1997), 279.

opinaron que este tipo de especulación era un intento de socavar la revolución.²⁷ En su libro, *El verdadero rostro de Túpac Amaru*, Leopoldo Lituma Agüero relata:

Dado que la imagen creada por Durand fue objeto de críticas por su supuesta falta de veracidad y considerado el fervor que el recuerdo de Túpac Amaru causaba en las masas, se hizo necesario encontrar una imagen “oficial”, para lo cual se convocó a los artistas nacionales buscando representar una imagen aparente y fidedigna del curaca.²⁸

La convocatoria se publicó en *El Peruano* (el periódico oficial) en septiembre de 1970; en total, se presentaron 98 obras.²⁹ Sin embargo, el 28 de enero de 1971, se declaró desierto el concurso mediante una resolución ministerial que dio el siguiente motivo: “ninguna de las obras presentadas logra encarnar la imagen arquetípica del héroe, cuyo significado histórico se quiere perpetuar para exaltar su memoria y rendirle homenaje”.³⁰ Sin entrar en más detalles sobre esta convocatoria, el hecho de que el jurado no encontrara ninguna obra que le satisficiera, a pesar de recibir un número importante de trabajos de alta calidad, revela algo interesante sobre la importancia del rol que se había asignado a esta imagen oficial y lo que se quería expresar con ella. Al final, parece que tener varias imágenes plásticas de Túpac Amaru en circulación ofrecía más flexibilidad al Gobierno al momento de resaltar diferentes facetas de este personaje histórico. Una muestra de esto es que, a pesar de declarar anulada la convocatoria, el jurado dio menciones honrosas a cuatro de las obras presentadas. El Gobierno empezó a utilizar estas en distintos contextos, a pesar de no llevar el sello de “imagen oficial”.

La versión de Túpac Amaru que aparece en la figura 4, el retrato hecho por Milner Cajahuaringa, es una de las cuatro obras que recibió menciones honrosas. Según Leopoldo Lituma Agüero, el artista se inspiró en los libros del historiador Carlos Daniel Valcárcel e, incluso, visitó la casa del académico en varias ocasiones para conversar sobre los posibles rasgos físicos del prócer, así como para realizar bocetos. El artista y el historiador llegaron a un acuerdo sobre cuál de estos

²⁷ “Es necesario mantener el símbolo”, *Expreso*, 5 de enero de 1971.

²⁸ Leopoldo Lituma Agüero, *El verdadero rostro de Túpac Amaru (Perú, 1969-1975)* (Lima: Pakarina Ediciones, 2011), 81.

²⁹ Lituma Agüero, *El verdadero rostro*, 83.

³⁰ *Ibid.*

representaba mejor a Túpac Amaru; luego, el boceto elegido se incorporó en el cuadro de Cajahuaringa (también apareció en varios libros de Carlos Daniel Valcárcel).³¹ Como anota Lituma Agüero, el cuadro de Cajahuaringa es el único de las cuatro obras reconocidas con mención honrosa en el que Túpac Amaru tiene puestas las vestimentas de un noble indígena; por el contrario, en los otros tres retratos aparece con la ropa característica de un “español elegante” o un “criollo citadino”. Así mismo, la versión de Cajahuaringa es la única en la que Túpac Amaru tiene rasgos físicos indígenas.³² De esta manera, es factible suponer que se escogió este retrato para el afiche de Sinamos, precisamente porque en él Túpac Amaru era más parecido físicamente a los campesinos indígenas de la foto; además, su aire de rebelión refuerza el significado del texto que la acompaña: “La Revolución libertadora de Túpac Amaru vive en cada uno de nosotros”. En otras circunstancias, otras versiones de Túpac Amaru sirvieron mejor al mensaje que se quería comunicar. Por ejemplo, en las revistas internas dirigidas al personal de Sinamos, el logotipo diseñado por Ruiz Durand, con sus líneas limpias y sus asociaciones con el arte pop, funcionó mejor como expresión de las ideas de modernidad y cambió con las que el Gobierno pretendía asociar sus reformas y el trabajo de Sinamos (figura 7, la cual será discutida con más detalle en la sección siguiente).

Las imágenes como expresión de una nueva forma del Estado

Las “imágenes revolucionarias” no solo se utilizaron en afiches y panfletos, sino en todo tipo de documento oficial o administrativo, con el fin de vincular las actividades del Gobierno con el “proceso revolucionario”. Así, en la portada del informe de la Sociedad Agrícola de Interés Social (SAIS) Cahuíde (una cooperativa en Huanacayo, en la sierra central) aparece la imagen de un hombre indígena en postura de guerrero, debajo de la palabra *jatari* —que en quechua significa “levántate”— en letra grande (figura 6). El hombre levanta una porra en la mano y se defiende con un escudo, en referencia a las formas de batalla de la época prehispánica. El cuerpo musculoso y la expresión intensa de su figura proyectan una imagen de fuerza y evocan los mitos incaicos; así mismo, los detalles de la ropa y la cinta que lleva en su cabeza refuerzan esta asociación. Se podría esperar que este tipo de imágenes se reproduzcan en los afiches y folletos del Gobierno, pero sorprende que figuren también en los informes internos, textos que, en otros aspectos, son bastante buro-

³¹ *Ibid.*, 102-103.

³² *Ibid.*, 109.

cráticos y convencionales. Esto nos hace pensar en un polémico artículo escrito por la historiadora Cecilia Méndez, en el cual argumenta que el “nacionalismo criollo” que surgió durante la primera mitad del siglo XIX se caracterizó por la combinación simultánea del rechazo a “lo indio” y la celebración del pasado inca.³³ Méndez afirma:

Esta situación aparentemente contradictoria no carecía, sin embargo, de cierta lógica. Apropiándose de y oficializando un discurso que había sido originalmente propio de la aristocracia indígena, los criollos neutralizaron cualesquiera connotaciones políticas que las expresiones indias habrían representado en el pasado. Es más, apelar a las glorias imaginadas o reales de los incas para defender el Perú de una invasión era un modo de establecer el carácter nacional como algo ya dado o fijo, y de negar a los indios, los mestizos y las castas cualquier posibilidad de forjarlo ellos solos.³⁴

Lo que se observa en el informe de la SAIS Cahuíde es, de cierta manera, una inversión de esta lógica: la portada del informe vincula la imagen del “inca prócer” directamente con las actividades de la cooperativa, cuyos miembros son justamente los “campesinos indios” rechazados por los fundadores del “nacionalismo criollo”. Mientras que estos últimos cuidaron la brecha entre el “pasado glorioso” de los incas y la “condición miserable” de los indígenas contemporáneos, las imágenes utilizadas en documentos como el informe de la SAIS Cahuíde sugieren, por el contrario, que las acciones de las cooperativas representan una continuación o reactivación de la historia de los incas. Este cambio en el discurso del Estado es un indicio significativo de lo que Méndez llama *crisis del sistema normativo oligárquico*: a partir del Gobierno de Velasco hay un rechazo generalizado de las jerarquías que

³³ Cecilia Méndez G., “Incas sí, indios no: Notes on Peruvian Creole Nationalism and its Contemporary Crisis”, *Journal of Latin American Studies* 28, n.º 1 (1996): 197-225.

³⁴ “This apparently contradictory situation did not, however, lack a certain logic. Appropriating and officialising a discourse that had originally belonged to the indigenous aristocracy, the creoles neutralized whatever political connotations Indian expressions might formerly have embodied. Moreover, to appeal to the real or imagined glories of the Incas so as to defend Peru from an invasion was a way of establishing the national character as something already set or given, and of denying the Indians, the mestizos and the castas any possibility of forging it on their own”. Méndez, “Incas sí, indios no”, 222.

caracterizaban este sistema y “una reconfiguración de la posición asignada a los que siempre se suponía quedarían abajo: los ‘indios’”.³⁵

Los usos del imaginario incaico que el Gobierno militar llevó a cabo son también un reflejo del resurgimiento del indigenismo en el país durante aquella época. El indigenismo, en su más amplia definición, fue una serie de movimientos que abogaban por el mejoramiento de las condiciones de la población indígena en diferentes regiones de Latinoamérica, a partir de las primeras décadas del siglo XX. En el caso del Perú, Juan Martín-Sánchez identifica dos grandes tendencias dentro del indigenismo: una que hacía hincapié en el carácter económico de la opresión de los indígenas, lo cual se tenía que solucionar a través de grandes reformas a las estructuras socioeconómicas (especialmente, la tenencia de la tierra), y otra que concebía el “problema del indio” como una cuestión de retraso cultural. Para este segundo grupo, por efecto de la historia, los indígenas se encontraban en un estado de inferioridad cultural y política. Esto se podía mejorar al promover leyes paternalistas dirigidas a la protección de estos sectores de la población, con el objetivo de “incorporarlos” a la nación peruana, como parte del paulatino proceso de modernización.³⁶ Martín-Sánchez caracteriza el indigenismo del Gobierno de Velasco como “bifronte”, es decir, una mezcla de estas dos tendencias.³⁷ Mientras que las reformas económicas del Gobierno reflejaron el diagnóstico de la primera tendencia, estas se presentaron por medio de un lenguaje e imaginario que se relacionaba más con la segunda tendencia, la cual subrayaba la necesidad de la “reivindicación” de los indígenas y concebía la cultura como un verdadero elemento estructurador de la sociedad.³⁸

³⁵ *Ibid.*, 200.

³⁶ Juan Martín-Sánchez, “Indigenismo bifronte en el Gobierno peruano de Velasco Alvarado: continuidad y alternativa, sierra y selva”, en *La ambivalente historia del indigenismo: campo interamericano y trayectorias nacionales, 1940-1970*, ed. por Laura Giraudo y Juan Martín-Sánchez (Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2011), 195-197.

³⁷ *Ibid.*, 191-250.

³⁸ *Ibid.*, 207.



Figura 6. División de Desarrollo-Huancayo, “Jatari”, marzo de 1972 (portada del informe de la SAIS “Cahuide” Ltda., n.º 6, Centro de Estudios Histórico-Militares del Perú, Lima).

A pesar de que el Gobierno cambió la palabra *indio* por *campesino*, al considerar que esta última era más neutral y carecía de las connotaciones racistas de la primera, sí se apropió del lenguaje y las imágenes del indigenismo para caracterizar su revolución y su visión del “nuevo Perú”. Martín-Sánchez resume el objetivo central que subyace de esta posición contradictoria de la siguiente manera:

[...] nacionalizar a los indígenas mediante su campesinización oficial, que suponía la expulsión de los hacendados, e indigenizar a la nación adoptando para esta, no para los indígenas, un discurso de exaltación de “lo autóctono” en la definición cultural, demográfica, histórica y aunque menos, política del Perú.³⁹

³⁹ *Ibid.*, 220-221.

Desde esta perspectiva, incluir imágenes indigenistas en los documentos comunes y corrientes de la burocracia del Estado tiene mucho sentido: a través del uso repetitivo de estas imágenes el Gobierno intentó proyectar una nueva imagen del Estado, como un actor que interviene en beneficio de las grandes mayorías, ahora concebidas descendientes de una historia indígena común.

Una parte importante del proceso de reformular el carácter del Estado peruano fueron los esfuerzos dentro de los ministerios de Gobierno para formar una nueva generación de funcionarios. Como organización, Sinamos pensó cuidadosamente cómo “crear conciencia” entre su personal. En 1972, la división de capacitación nacional comenzó a producir cartillas agrupadas en cuatro series: la problemática nacional, el proceso revolucionario peruano, la movilización social y la administración pública. Estas cartillas se diseñaron para uso exclusivo del personal de Sinamos. Un artículo en la revista interna, *Sinamos Informa*, explicó que se debía estudiar las cartillas en grupos de 15 personas, acompañadas por un coordinador. El objetivo era “iniciar el diálogo” y facilitar la discusión en grupo. Como señaló el artículo, se trataba de una nueva forma de capacitación dentro de la burocracia estatal:

Nunca antes se había hecho esto en la administración pública. Ahora se está dando los medios al funcionario para que sea consciente de lo que está haciendo; se le está posibilitando a enjuiciar nuestra realidad. En esta forma, los del Sinamos no solo promoveremos la participación popular, sino que estaremos participando, y muy comprometidamente, en nuestro proceso revolucionario.⁴⁰

A menudo, el personal de Sinamos se enfrentó con la indiferencia y la oposición desde otros sectores de la burocracia estatal, por ejemplo, el Ministerio de Agricultura. Por medio de la propaganda política, Sinamos intentó crear funcionarios comprometidos con el “proceso revolucionario”, capaces de defender las reformas frente a la oposición y el sabotaje. En esta propaganda se utilizaron colores brillantes y diseños modernos para transmitir un sentimiento del optimismo juvenil. Los ministros de Gobierno —en su mayoría, generales militares— se presentaron como personas con los pies en la tierra, sin la parafernalia formal que frecuentemente se asocia con las fuerzas armadas (figura 7).

⁴⁰ “La participación comenzó por casa”, *Sinamos Informa* 1, n.º 2 (Lima, 1972): 25.



Figura 7. Portada (izquierda) y primera página (derecha) de la revista *Sinamos Informa*, año 2, diciembre de 1973 (Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación, Lima).

El pueblo responde: críticas y apropiaciones del imaginario revolucionario

Una muestra del éxito de la iconografía velasquista es que los campesinos empezaron a utilizarla en sus propias publicaciones y en las pancartas que llevaban a los mítines públicos. El logotipo de Túpac Amaru, compuesto por la silueta de su cara y su sombrero, no solo era especialmente fácil de reproducir, sino que se podía combinar con otras imágenes. Por ejemplo, en un anuncio elaborado por una cooperativa comunal, en Piura, se colocaron las fotos de sus actividades en el contorno del logotipo de Túpac Amaru (figura 8). En cierta medida, esta imagen es una inversión de la que se observa en el afiche de Sinamos de la figura 1: mientras en el afiche de Sinamos Túpac Amaru aparece como una presencia histórica que acompaña a los campesinos contemporáneos y fortalece sus acciones, en el anuncio de la cooperativa los campesinos son quienes conforman el símbolo de Túpac Amaru y sus acciones son las que le dan validez.

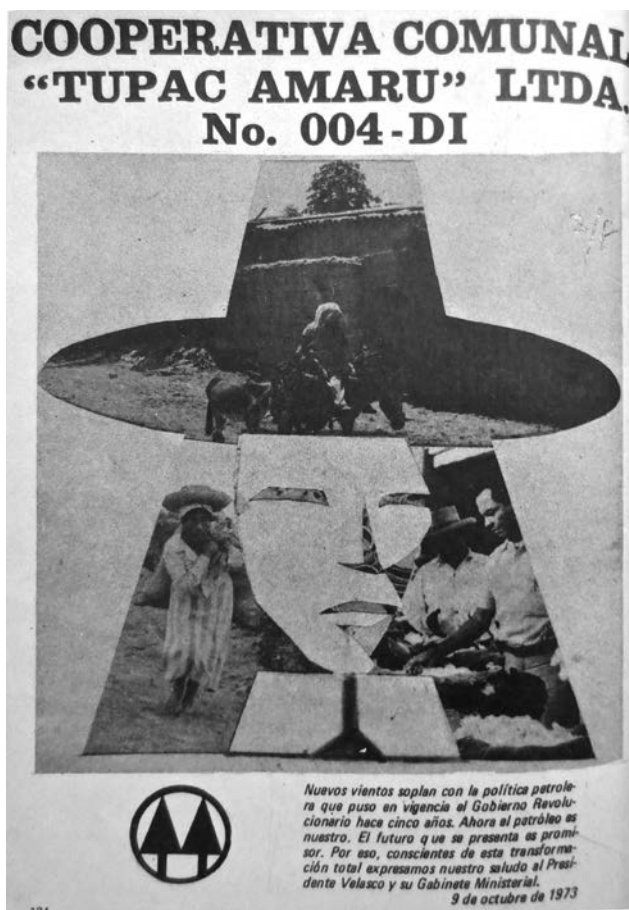


Figura 8. *Revista Catacaos*, 24 de junio de 1973, "Día histórico para el campesino piurano, Cooperativa Comunal 'Túpac Amaru' Ltda. n.º 004-di" (Centro de Investigación y Promoción del Campesinado, Piura).

Es importante señalar que este anuncio apareció en una revista oficial; por lo tanto, es difícil saber hasta qué punto el Gobierno influyó directamente en la creación de esta imagen. Así, es posible afirmar, por lo menos, que las imágenes producidas por las cooperativas tendían a seguir el ejemplo del Gobierno, ya que eran creadas y patrocinadas por este. Sin embargo, también es importante reconocer que los campesinos, así como la población en general, empezaron a apropiarse de la iconografía oficial para sus propios proyectos y agendas políticas. Al respecto, Leopoldo Lituma Agüero ofrece un ejemplo importante: la organización subversiva Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA) utilizó el rostro del retrato

pintado por Milner Cajahuaringa (discutido anteriormente) para su logotipo. De inspiración marxista, el MRTA se fundó en los primeros años de la década de los ochenta y llevó a cabo diversos actos de guerrilla urbana a partir de 1988.⁴¹ Esto muestra la eficacia de la imagen de Cajahuaringa, en particular, y la relevancia de Túpac Amaru como símbolo revolucionario. Aunque Túpac Amaru había sido tomado como figura emblemática e inspiración política en varios contextos durante las décadas anteriores, en el Gobierno de Velasco su imagen visual asumió una presencia masiva y se volvió instantáneamente reconocible.

Las campañas propagandísticas del Gobierno fueron de gran escala y penetraron las áreas rurales de una manera sin precedentes. En Cusco, la proliferación de los afiches y volantes llegó hasta el punto de que provocó comentarios de irritación en la prensa local. Por ejemplo, en un resumen de las noticias en la provincia de Calca (departamento de Cusco), el periódico *El Sol* se quejó:

Está bien que Sinamos y otras organizaciones laborales, sindicatos y cooperativas hagan propaganda mural, pero lo que realmente está mal es que sean colocados en todo lugar, inclusive en los portales del Palacio Municipal, malogrando el ornato. En todo caso los q' [sic] mandan poner deben aprender a respetar a las instituciones y no malograr las paredes.⁴²

Este comentario muestra que, además de crear imágenes simbólicas y expresar ideas específicas, la propaganda política del Gobierno de Velasco tuvo un impacto acumulativo en el espacio público, es decir, hubo una “invasión” de mensajes políticos en las plazas, las calles y las paredes de los edificios públicos. Este caso no solo se presentó en Cusco, sino en muchas partes del país. Un funcionario que trabajaba para Sinamos en el departamento de Piura (norte del país) relató en una entrevista cómo él y sus colegas salían a partir de las dos de la mañana a pintar lemas en las calles y las paredes en la ciudad de Sullana. Así mismo, recordó que había bastante libertad para hacer este tipo de actividad, ya que tenían el apoyo del director regional de Sinamos, un coronel; de este modo, todo reclamo del público tendría que dirigirse a él.⁴³

⁴¹ Lituma Agüero, *El verdadero rostro*, 108.

⁴² *El Sol*, 9 de mayo de 1973, 6.

⁴³ Nelson Peñaherrera, en discusión con la autora, Sullana, 11 de abril de 2013.

Las intervenciones del Gobierno en la comunicación de masas incitaron varias respuestas de diferentes sectores sociales. Los radicales de la izquierda rechazaron por completo el “reformismo” del Gobierno y las intervenciones políticas de Sinamos. De hecho, produjeron sus propios periódicos, en los cuales aparecieron sátiras contra el discurso del Gobierno.⁴⁴ En estas publicaciones se hizo referencia a Sinamos y los burócratas del Ministerio de Agricultura, a quienes acusaron de manipular y engañar a los campesinos. Por ejemplo, en un periódico de la Confederación Campesina del Perú (CCP) se publicó una historieta titulada “La Liga Agraria divide al campesino para bien de los ricos” (figura 9), la cual critica a las organizaciones creadas por el Gobierno para representar los intereses campesinos. Para la CCP, las ligas y las federaciones agrarias eran un intento por quebrar las organizaciones campesinas independientes (como la CCP) y canalizar el trabajo de los campesinos, con el fin de servir a los intereses capitalistas. En la historieta, la figura del funcionario aparece como un burgués pretencioso, quien usa esmoquin y corbata de lazo y luce un peinado cuidadosamente moldeado. La burbuja de diálogo está abierta, como si fuera incapaz de contener la cantidad de “bla bla bla” que se derrama desde la boca del caballero. En una de las escenas siguientes se representa a Sinamos con el logotipo de Túpac Amaru, pero las palabras que pronuncia este supuesto ícono de la revolución se etiquetan como “demagogia”. Estas ilustraciones revelan qué tan visible y familiar se había vuelto Sinamos y su iconografía en el contexto rural: sin esta familiaridad la sátira no hubiese funcionado. Así mismo, muestran las estrategias que utilizaba la izquierda para desacreditar los argumentos del Gobierno sobre su “tercera vía” económica y política. En particular, se retrata la retórica oficial sobre la armonía social y la gestión cooperativa como piadosa y falsa, un velo que cubría los motivos más siniestros del control político y la agenda capitalista. De ahí que el boceto cierre con el siguiente argumento: “El pueblo responde: ‘solo puede haber unión, concordia con los de su clase: pobre con pobre; ricos con ricos. ¡Viva la lucha!’”.

⁴⁴ Para el investigador es difícil acceder a la propaganda política de estas organizaciones, debido a su carácter efímero y porque generalmente carecían de la infraestructura de archivos, de la que sí disponía el Gobierno. Sin embargo, unos ejemplos han sobrevivido en archivos institucionales y en las colecciones privadas de ciertos individuos, entre ellos: el Archivo de Partidos Políticos en la Pontificia Universidad Católica del Perú; el Archivo Central de la Confederación Campesina del Perú (Lima) y el archivo personal de Ricardo Letts Colmenares, exmiembro de Vanguardia Revolucionaria.



Figura 9. Confederación Campesina del Perú (CCP), 1972, “La voz del campesino” (titular de prensa, Archivo Central de la CCP, Lima).

Tanto el Gobierno como los activistas ahora veían al campesinado como la más importante base de apoyo potencial. Vanguardia Revolucionaria, que había comenzado como un partido político de carácter urbano, compuesto por estudiantes e intelectuales, cambió su enfoque para construir las bases campesinas. Esto implicó desarrollar operaciones dirigidas para neutralizar las campañas mediáticas del Gobierno. Por ejemplo, una circular interna, con fecha del 18 de junio de 1975, incluyó planes detallados sobre cómo combatir la propaganda del Gobierno que rodeaba el 24 de junio, el aniversario de la ley de reforma agraria. Así, se recomendó a los miembros del partido usar la información que se recibía en las bases para

producir volantes promotores de las luchas de los pobres rurales. Además, la circular dio las siguientes órdenes a los “camaradas de cada frente”:

[...] deben producir contactos con dirigentes de las comunidades, pueblos, comités, ligas que son llevados a los actos del 24 de junio, sea antes o después, o durante los actos. Se les hará entrega de materiales informativos y se buscará un contacto conversación para ampliar la información. Al mismo tiempo se distribuirá los volantes sobre las luchas actuales —incluyendo la toma de tierras que es preparada en Cajamarca ese mismo día.⁴⁵

Estos comentarios ofrecen nuevas perspectivas sobre las estrategias políticas que utilizaban organizaciones como Vanguardia Revolucionaria. De hecho, lo más importante es que estos comentarios revelan cómo el éxito de las campañas mediáticas del Gobierno impulsó a estas organizaciones a responder de la misma manera y a buscar nuevos modos de ganar el apoyo de los campesinos.

Los conservadores también trataron de cambiar los términos del debate establecido por el Gobierno, el cual había lanzado la reforma agraria como parte de un cambio general de la sociedad, con el que todos los peruanos debían comprometerse. Los periódicos conservadores rechazaron esta perspectiva y prefirieron definir la reforma agraria como un proceso fundamentalmente técnico, en el que el idealismo juvenil era, en el mejor de los casos, algo irrelevante e irritante. El diario nacional *La Prensa* tomó una posición especialmente crítica frente a la reforma: en febrero de 1970, publicó una editorial en la que sostuvo que los “propagandistas” de la reforma agraria deberían cesar sus actividades en la capital y centrar sus esfuerzos en el campo; de esta manera, se insinuó que la reforma no era un tema sobre el que la gente de los sectores urbanos debiera preocuparse.⁴⁶ Igualmente, los hacendados utilizaron la publicidad para retratarse a sí mismos como participantes de la reforma agraria, en lugar de ser parte del problema que esta pretendía solucionar. Días antes del anuncio de la ley de reforma agraria, un grupo de asociaciones de terratenientes publicó un anuncio en *La Prensa*, en el que demandaban que el Gobierno escuchara sus opiniones. Al hacer eco a la retórica del Gobierno, los terra-

⁴⁵ Vanguardia Revolucionaria, “Circular No. 2-18.6.75. Propagandizar la alianza obrero-campesina el 24 de junio”, Pontificia Universidad Católica del Perú, Archivo de Partidos Políticos, Ítem APP3/VR 98.

⁴⁶ “Propaganda y reforma agraria”, *La Prensa*, 22 de febrero de 1970, 13.

tenientes intentaron incluirse dentro de la categoría moral de los que trabajaban la tierra, por lo que merecían ser escuchados.

A diferencia de Chile, donde los terratenientes formaron sus propias organizaciones para resistir la reforma agraria, en Perú, por lo general, los hacendados buscaron soluciones particulares para sus propios casos. El carácter elitista de la Sociedad Nacional Agraria dificultó la creación de un frente unido entre los grandes y medianos propietarios. Además, la estrategia de la ley de reforma agraria de expropiar primero los latifundios y luego las haciendas más pequeñas hizo que los propietarios medianos no apoyaran a los grandes hacendados (creían que sus propios intereses no serían afectados); de esta manera, cuando la reforma empezó a expropiar las haciendas más pequeñas, los grandes hacendados ya no tenían motivos para apoyarlas. Cuando se liquidó la Sociedad Nacional Agraria mediante el Decreto Ley 19400, en 1972, había demasiadas divisiones entre los hacendados como para llevar a cabo una defensa eficaz.⁴⁷ Sin embargo, aún expresaban sus inquietudes sobre la reforma por medio de la prensa nacional; en algunos casos, utilizaron su influencia local dentro de la burocracia estatal para limitar la aplicación de la reforma.

Conclusiones

La propaganda política fue una parte central de los esfuerzos del Gobierno para movilizar su “revolución desde arriba”. Esto era especialmente importante en el contexto de la reforma agraria, proceso que inició grandes cambios en la distribución de la tierra y que requería el apoyo popular para establecer su nuevo sistema de cooperativas agrarias. Hemos visto que las imágenes desempeñaron varios papeles dentro de la propaganda oficial. Primero, contribuyeron a generar apoyo popular para la reforma agraria y a construir alianzas entre el Gobierno militar y el campesinado. Segundo, la retórica visual sirvió para insertar el régimen dentro de una tradición revolucionaria, que había comenzado con la rebelión de Túpac Amaru II, lo que otorgó legitimidad política a las acciones del Gobierno. Tercero, las imágenes hacían referencia al indigenismo y servían para formular un nacionalismo más inclusivo y “autóctono”, que uniría todas las actividades del régimen.

⁴⁷ Cynthia McClintock, “Velasco, Officers, and Citizens: The Politics of Stealth”, en *The Peruvian Experiment Reconsidered*, ed. por Cynthia McClintock y Abraham F. Lowenthal (Princeton: Princeton University Press, 1983), 285.

Además de explorar las intenciones detrás de la iconografía política del Gobierno de Velasco, este capítulo resaltó las tensiones que surgieron en el acto mismo de comunicarse con la población. A pesar de que el Gobierno proclamó que el protagonista de la reforma agraria era el campesino, a veces las imágenes contaban otra historia, ya que se invocaba al campesino al mismo tiempo que se restringía su rol político. Por ejemplo, el uso de la fotografía montada refleja el temor, dentro de un proceso dirigido mayormente por militares, de que el movimiento popular saliera de sus esquemas. Por medio de las imágenes se intentó manejar la línea que separaba la movilización popular y el control político. Así mismo, el hecho de que el concurso por una imagen oficial de Túpac Amaru concluyera sin éxito es una muestra de los problemas que enfrentaba el Gobierno a la hora de representarse visualmente. Dadas las divisiones internas del Gobierno y las múltiples críticas que venían desde diferentes sectores del espectro político, era importante para el régimen poder representar su revolución de diferentes maneras, según el contexto político.

Es difícil hacer distinciones entre las reacciones que incitó la propaganda oficial y las respuestas al Gobierno de Velasco en general. Aunque el régimen tenía la misión de generar el respaldo popular y convencer a la población sobre el valor de sus reformas, la propaganda era tan solo una parte de este proyecto de movilización social, que también abarcaba la educación y las intervenciones culturales y políticas en el ámbito local. Mientras las imágenes ejercieron un papel clave en las comunicaciones masivas del Gobierno, el objetivo central no era difundir imágenes, sino dar a conocer y conseguir apoyo para el proyecto político. Este proyecto de movilización social constituyó el contexto en el que se interpretaba y se respondía a las imágenes de la propaganda oficial. En efecto, los movimientos de la izquierda y de la derecha reconocieron el poder de la comunicación masiva del Gobierno; ellos adaptaron, apropiaron o criticaron la iconografía para desafiar la narrativa oficial de la revolución. Con base en el ejemplo del Gobierno, la oposición también buscó nuevas audiencias, especialmente en el campo. En el contexto de la reforma agraria y la comunicación de masas que la rodeaba, la figura del campesino asumió una nueva importancia dentro del discurso público y la iconografía indigenista se volvió más visible dentro de la política nacional. A largo plazo, más allá de la comunicación de un mensaje específico, la propaganda política del Gobierno de Velasco cambió los términos del discurso público en el Perú.

Bibliografía

Fuentes primarias

Archivos

Biblioteca Nacional del Perú (BNP), Lima. Material Gráfico.

Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación (CEDEP), Lima.

Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA), Piura. Centro de Documentación.

Confederación Campesina del Perú (CCP), Archivo Central, Lima.

Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Lima. Archivo de Partidos Políticos.

Senate House Library, Contemporary Archive on Latin America (SHLCALA), Londres.

K320 Pamphlets Box 3.

Franco, Carlos, en discusión con María del Pilar Tello.

Peñaherrera, Nelson, en discusión con la autora.

Samanez Concha, Benjamín, en discusión con María del Pilar Tello.

Publicaciones periódicas

El Comercio. Lima, 1969.

El Sol. Cusco, 1973.

Expreso. Lima, 1971.

La Industria. Piura, 1970.

La Prensa. Lima, 1970.

Sinamos Informa. Lima, 1972.

Libros

Kauffman Doig, Federico et al. *Historia general de los peruanos*. Lima: Peisa, 1973.

Fuentes secundarias

Bedoya, Ricardo. *100 años de cine en el Perú: una historia crítica*. Lima: Universidad de Lima, 1992.

Bonnell, Victoria E. *Iconography of Power: Soviet Political Posters Under Lenin and Stalin*. Berkeley: University of California Press, 1999.

Buntinx, Gustavo. "Pintando el horror: sobre memorias de ira y otros momentos en la obra de Jesús Ruiz Durant". En *Batallas por la memoria: antagonismos de la promesa peruana*, editado por Marita Hamann et al., 315-336. Lima:

- Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad del Pacífico, Instituto de Estudios Peruanos (IEP), 2003.
- Buntinx, Gustavo. "Modernidades cosmopolita y andina en la vanguardia peruana". En *Cultura y política en los años '60*, editado por Enrique Oteiza, 267-286. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, 1997.
- Cant, Anna. "'Land for Those Who Work It': A Visual Analysis of Agrarian Reform Posters in Velasco's Peru", *Journal of Latin American Studies* 44, n.º 1 (2012): 1-37.
- Cant, Anna. "Promoting the Revolution: Sinamos in Three Different Regions of Peru". En *The Peculiar Revolution: Rethinking the Peruvian Experiment Under Military Rule*, editado por Carlos Aguirre y Paulo Drinot, 213-239. Austin: University of Texas Press, 2017.
- Cant, Anna. "Representations of the Peruvian Agrarian Reform, 1968-75". Tesis de doctorado en Historia. Universidad de Cambridge, Inglaterra, 2015.
- Chaplin, David, ed. *Peruvian Nationalism: A Corporatist Revolution*. New Brunswick: Transaction Books, 1976.
- Chomsky, Noam. *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*. Boston: South End Press, 1989.
- Clark, T. J. *Farewell to an Idea: Episodes from a History of Modernism*. New Haven: Yale University Press, 1999.
- Cleaves, Peter S. y Martin J. Scurrah. *Agriculture, Bureaucracy, and Military Government in Peru*. Ithaca: Cornell University Press, 1980.
- Cotler, Julio. *Clases, Estado y nación en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 1978.
- Evans, Harriet y Stephanie Donald, eds. *Picturing Power in the People's Republic of China: Posters of the Cultural Revolution*. Oxford: Rowman & Littlefield, 1999.
- Gade, Daniel W. y Roberto Ríos. "Chaquitacla, the Native Footplough and its Persistence in Central Andean Agriculture", *Tools and Tillage* 2, n.º 3 (1972): 3-15.
- Instituto Nacional de Estadística. *Compendio de estadísticas sociales 1991*. Lima: Instituto Nacional de Estadística, 1992.
- Kruijt, Dirk. *Revolución por decreto: Perú durante el Gobierno militar*, traducido por R. B. Smith. San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), 1991.

- Leonardini, Nanda. "Identidad, ideología e iconografía republicana en el Perú". *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* 185, n.º 740 (2009): 1259-1270.
- Lituma Agüero, Leopoldo. *El verdadero rostro de Túpac Amaru (Perú, 1969-1975)*. Lima: Pakarina, 2011.
- Martín-Sánchez, Juan. "Indigenismo bifronte en el Gobierno peruano de Velasco Alvarado: continuidad y alternativa, sierra y selva". En *La ambivalente historia del indigenismo: campo interamericano y trayectorias nacionales, 1940-1970*, editado por Laura Giraudo y Juan Martín-Sánchez, 191-250. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2011.
- Matos Mar, José y José Manuel Mejía. *La reforma agraria en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 1980.
- McClintock, Cynthia, "Velasco, Officers, and Citizens: The Politics of Stealth". En *The Peruvian Experiment Reconsidered*, editado por Cynthia McClintock y Abraham F. Lowenthal, 275-308. Princeton: Princeton University Press, 1983.
- Méndez G., Cecilia. "Incas sí, indios no: Notes on Peruvian Creole Nationalism and its Contemporary Crisis". *Journal of Latin American Studies* 28, n.º 1 (1996): 197-225.
- Neira, Hugo. *Cuzco: tierra y muerte*. Lima: Herética, 2008.
- Stepan, Alfred C. *The State and Society: Peru in Comparative Perspective*. Princeton: Princeton University Press, 1978.